

La filiera della moda torna ai livelli pre Covid, le sfilate fisiche superano quelle in digitale

Dal 21 al 27 settembre vetrina delle collezioni femminili: 125 su 173 gli eventi fisici

Nel primo semestre i ricavi sono saliti del 24% e l'export del 27,6%, trainato dalla Cina

Giulia Crivelli



Inclusività. Per promuovere la fashion week, la fotografa Carolina Amoretti si è ispirata alle nuove generazioni di modelli e designer e alla diversità culturale

Il rimbalzo del sistema moda era atteso, quasi fisiologico, dopo il calo record del 2020, annus horribilis per l'intera filiera, con un fatturato sceso del 25% rispetto ai quasi cento miliardi del 2019. Ma i dati annunciati in vista della fashion week donna di Milano, più che un rimbalzo certificano una ripresa a V: il primo semestre 2021 si è chiuso con una crescita del 24%, recuperando buona parte dello scorso anno e alla fine di dicembre si prevede un aumento del fatturato di oltre il 20%, che riporterà molto vicini i livelli pre Covid. Non è solo ripresa manifatturiera e delle vendite nei negozi: del circolo virtuoso che sta portando il tessile-moda-accessorio (Tma) fuori dal tunnel fanno parte anche le sfilate e gli eventi fisici, che dal 21 al 27 settembre tornano, per la prima volta dal febbraio 2020, a essere più numerosi di quelli digitali, per aprire una finestra sulle collezioni della primavera-estate 2022.

«A trainare la ripresa, stando ai numeri dei primi cinque mesi del 2021, è stato l'export, con una crescita complessiva del 27,6% e del 34,3% verso i soli paesi extra Ue – ha spiegato Carlo Capasa, presidente della Camera della moda, che organizza le quattro settimane della moda di Milano –. Aumento dell'export vicino al raddoppio verso la Cina, che ha fatto segnare +93,9%. È il quadro generale a essere positivo e a indurci all'ottimismo: tutti i primi dieci mercati di sbocco della moda italiana, ad eccezione del Regno Unito, hanno registrato incrementi significativi dei flussi commerciali».

Secondo Capasa il rimbalzo è strettamente legato al piano vaccinale e al green pass europeo: «Come succede in questi giorni per il SuperSalone del mobile e gli eventi in città, per accedere a sfilate e presentazioni sarà necessaria la certificazione verde e, come speravamo, nessuno ha mostrato perplessità, dai buyer italiani e stranieri ai proprietari di location, boutique, showroom». Gli eventi fisici ai quali partecipare grazie al green pass saranno davvero tanti e gli arrivi, anche dall'estero (Asia e Cina escluse), arriveranno almeno a 10mila, in virtù della collaborazione tra Camera della moda e Agenzia Ice e con il sostegno delle istituzioni, dal Comune di Milano a Confartigianato Imprese.

«Un anno fa ci eravamo forse un po' illusi di essere vicini all'uscita dal tunnel della pandemia, ma di fatto le sfilate in presenza della settimana della moda del settembre 2020 furono poche – ha sottolineato Capasa –. Il calendario della prossima fashion week invece sancisce un'autentica nuova normalità: ci saranno 65 sfilate, 42 delle quali in presenza, quasi il doppio delle 23 digitali, e le presentazioni fisiche saranno 56, quasi il triplo delle digitali. Il totale degli eventi nei sei giorni della settimana della moda sono 173, 125 fisici e 46 digitali».

Ben venga l'atteso ritorno alla socialità, ma la tecnologia non ha certo esaurito il suo ruolo, ha ricordato il presidente della Camera della moda: «Durante la pandemia abbiamo perfezionato la piattaforma interna e gli stessi sforzi e progressi li abbiamo, credo, fatti tutti, come individui e come aziende. Ogni evento in calendario potrà essere seguito o rivisto all'indirizzo milanofashionweek.cameramoda.it». Un tocco tecnologico è inoltre quello di Urban Vision, che tornerà a proiettare su un maxi schermo in piazza San Babila ad alta definizione le sfilate. Last but not least, la recente apertura del profilo TikTok @cameramoda, già attivo con contenuti teaser. Lunghissimo l'elenco delle iniziative a sostegno dei giovani, frutto di collaborazioni con scuole e istituzioni italiane e internazionali.

«Il futuro della moda italiana sono i giovani e le istanze di sostenibilità, inclusività e diversità che vengono dalle nuove generazioni e dal mercato nel suo complesso – ha concluso Capasa –. Presenteremo un nuovo premio dedicato agli esempi più virtuosi di attenzione all'ambiente, che nel 2022 sostituirà i Green Carpet Awards, e una partnership con il British Fashion Council, la camera della moda britannica. La filiera italiana sta diventando sempre più sostenibile in ogni sua parte, dal monte alla valle, ma perché il cambiamento sia globale devono essere coinvolti tutti i Paesi. È una rivoluzionaria transizione ecologica e culturale alla quale tutti dobbiamo e possiamo contribuire».

© RIPRODUZIONE RISERVATA